



LAURÉAT MONDIAL 2011 DE LA  
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION

# PRIX DE RECONNAISSANCE NATIONAUX DES ENTREPRISES DU TRANSPORT COLLECTIF

31 MAI, 2011 • REGINA (SASKATCHEWAN)



ACCELERATION D'UNE NOUVELLE ORIENTATION-CLIENT

City of Regina



# MERCI AUX COMMANDITAIRES DU PROGRAMME DES PRIX DE L'ACTU 2011

**AECOM**



**BOMBARDIER**

**NOVA**BUS

**DAIMLER**  
BUSES NORTH AMERICA  
Setra • Orion • Sprinter

## MERCI AUX MEMBRES DU SOUS-COMITÉ DES PRIX DE L'ACTU 2011

PRÉSIDENT:

**Chris Prentice, IBI Group**

MEMBRES:

**Isabelle Trottier,**

Société de transport de Montréal

**Larry Ducharme,**

London Transit Commission

**James Byrns,**

AECOM

**Lori Patterson,**

Halifax Regional Municipality

**Anita Wasiuta,**

BC Transit

**Bob Pinet,**

Mohawk Manufacturing & Supply Co.

**John Sirovyak,**

Edmonton Transit System

**Stan Dera,**

Amalgamated Transit Union

**Pat Delmore,**

Windsor Transit

## LES PRIX

### RENDEMENT SUPÉRIEUR/RÉALISATION EXCEPTIONNELLE

DÉCERNÉ POUR L'EXCELLENCE OU LE RENDEMENT DANS CERTAINS DOMAINES, DONT LES SUIVANTS : • LE PROGRÈS TECHNOLOGIQUE; • LA MISE AU POINT DE NOUVEAUX PRODUITS OU SERVICES; • LA PRODUCTIVITÉ; • LA RENTABILITÉ; • LES PROGRAMMES DE PERFECTIONNEMENT DES RESSOURCES HUMAINES QUI AMÉLIORENT LE LEADERSHIP, LA CRÉATIVITÉ, LA PRODUCTIVITÉ OU LA MOTIVATION.

### INNOVATION

DÉCERNÉ POUR L'ÉLABORATION, L'ADOPTION ET L'APPLICATION DE PRATIQUES INNOVATRICES DANS DES DOMAINES TELS QUE, PAR EXEMPLE, LA TECHNOLOGIE, LES MÉTHODES DE GESTION, LE SERVICE À LA CLIENTÈLE OU ENCORE LES INITIATIVES EN MARKETING.

### SÉCURITÉ

DÉCERNÉ POUR LA MISE AU POINT ET L'APPLICATION D'UN PROGRAMME DE SÉCURITÉ AYANT DONNÉ LIEU À DES AMÉLIORATIONS OU DES PERFECTIONNEMENTS CONSIDÉRABLES DANS LE MILIEU DE TRAVAIL OU À LA SÉCURITÉ DES RÉSEAUX.

DÉCERNÉ POUR L'EXCELLENCE OU LE RENDEMENT DANS CERTAINS DOMAINES, DONT LES SUIVANTS : • LE PROGRÈS TECHNOLOGIQUE; • LA MISE AU POINT DE NOUVEAUX PRODUITS OU SERVICES; • LA PRODUCTIVITÉ; • LA RENTABILITÉ; • LES PROGRAMMES DE PERFECTIONNEMENT DES RESSOURCES HUMAINES QUI AMÉLIORENT LE LEADERSHIP, LA CRÉATIVITÉ, LA PRODUCTIVITÉ OU LA MOTIVATION.



### **COAST MOUNTAIN BUS COMPANY - VANCOUVER**

#### **LE PROGRAMME DE LA CMBC CONTRE LA MARCHÉ AU RALENTI**

À la fin de 2009, la CMBC s'est engagée à diminuer la marche au ralenti des autobus afin de respecter les règlements administratifs municipaux, de tenir compte de la pression exercée par le public et de respecter la volonté des employés. Elle a mis sur pied un comité pour déterminer à quel moment et pour quelles raisons la marche au ralenti était pratiquée. La politique sur la diminution de la marche au ralenti a été officiellement adoptée en tant que politique générale en 2010. Diverses méthodes ont été utilisées pour transmettre, à l'ensemble des employés, des

messages sur la diminution de la marche au ralenti, notamment des affiches, des bulletins, des journées consacrées à l'environnement, des bulletins de nouvelles électroniques de la CMBC et le portail Web des employés.

Il est possible de mesurer la durée de la marche au ralenti des autobus, car les données afférentes sont recueillies des autobus à l'aide du système de saisie de données sur le carburant. Le centre de transport collectif effectue un suivi mensuel de ces données. La durée de la marche au ralenti est exprimée en pourcentage de la durée totale d'utilisation de l'autobus. Les données recueillies en 2009 ont été utilisées pour calculer la durée de base de la marche au ralenti. Depuis le lancement de la campagne, la CMBC a diminué la durée relative de la marche au ralenti de 20 à 35 % par mois, soit 125 000 heures par année. Cette diminution s'est soldée par une économie annuelle en carburant diesel de 1,18 % (500 000 litres), soit environ 550 000 \$. Les émissions annuelles de gaz à effet de serre ont diminué de 1 365 000 kg de CO<sub>2</sub>.



---

## MIWAY MISSISSAUGA TRANSIT

### LANCEMENT DE LA MARQUE MIWAY



Pour contribuer au développement d'une ville axée sur le transport collectif, une nouvelle marque (MiWay) a été lancée pour désigner le service de transport collectif de la ville. Le lancement de cette marque a coïncidé avec le lancement, le 4 octobre 2010, de deux nouvelles sous-marques de services

distincts à Mississauga : les autobus MiExpress (bleus) qui desservent les lignes express et les autobus MiLocal (oranges) qui desservent les lignes locales et scolaires.

Le nom MiWay a été désigné à la suite de séances de groupe de concertation intensives. Le logo consiste en une forme ovale dynamique, associée au mouvement et à l'avenir. Le « mi » désigne à la fois Mississauga et mon trajet ou ma ligne personnelle.

La marque MiWay a été lancée au moyen d'investissements marketing :

- une campagne de communication et d'information réalisée à l'aide d'affiches publicitaires, de la presse écrite et de la presse électronique.
- l'installation d'une nouvelle signalisation moderne aux arrêts d'autobus MiExpress;
- diverses initiatives d'approche communautaire, notamment un programme d'élèves ambassadeurs et un concours pour gagner un iPod Touch, un site Web et un nouveau site mobile.

Depuis le lancement de MiWay, l'achalandage payé a augmenté de 6,1 % par rapport à la même période en 2009, et de 3,5 % par rapport à 2008, soit l'année au cours de laquelle le nombre de passagers annuel le plus élevé a été enregistré. Cette croissance a entraîné une augmentation des trajets payants par heure de service de 3,1 % par rapport à 2009.

---

## BRAMPTON TRANSIT



### LANCEMENT DE ZÜM - PREMIER SERVICE RAPIDE PAR BUS

Züm est le nouveau service rapide par bus (SRB) de Brampton Transit. Lancée en septembre 2010, la ligne Queen Street de Züm part du centre-ville de Brampton et se rend jusqu'à l'Université York.

Le service fiable est offert toute la journée, et les arrêts sont limités. On y trouve un vaste éventail de technologies de pointe visant à faire en sorte que les passagers arrivent à destination à temps et sans problème. Les autobus de la ligne Queen Street de Züm roulent à plus de 40 km à l'heure, ce qui réduit la durée des déplacements sur ce parcours de 29 km (environ 30 minutes pendant les heures de pointe).

Züm est subventionné par les trois ordres de gouvernement, à raison de 95 millions de dollars chacun. La première phase du projet comprend l'introduction des SRB sur trois des corridors les plus fréquentés de Brampton, en l'occurrence Queen Street, Main Street (2011) et Steeles Avenue (2012).

Au cours des six premiers mois du service Züm, Brampton Transit a vu l'achalandage augmenter de 16 %. Pendant les jours de semaine, le nombre de déplacements le long du corridor de Queen Street a crû de 22,3 % depuis le lancement de Züm, comparativement à la même période l'année précédente. En septembre 2010, l'achalandage a également augmenté de près de 50 % par rapport à septembre 2005, début de la planification du SRB.



## METRO TRANSIT - HALIFAX

### SERVICE SPÉCIAL OFFERT LORS DES JEUX D'HIVER DU CANADA 2011

Metro Transit a grandement contribué au succès des Jeux d'hiver du Canada 2011, qui ont eu lieu à Halifax, en février 2011. Le réseau a fourni du transport à plus de 3 208 athlètes, entraîneurs et officiels qui ont participé aux activités, de même qu'un service gratuit, dans le cadre du service traditionnel, à environ 5 063 bénévoles et aux 213 000 spectateurs.

- 17 autobus supplémentaires ont été fournis pendant la tenue des Jeux et jusqu'à 24 autobus lors des transferts à l'aéroport;
- On a établi un itinéraire de tous les services pour les Jeux, notamment 18 horaires quotidiens différents mis en place en fonction des renseignements sur les activités, qui étaient constamment modifiés;
- 3 067 heures de service supplémentaire ont été assurées. Ce service a aussi répondu aux fréquents changements de dernière minute, souvent avec moins d'une heure de préavis;
- La division des traversiers a offert un billet symbolique à l'équipe de la Nouvelle-Écosse pour se rendre au centre-ville d'Halifax.
- Une campagne de grande envergure menée à la radio et dans la presse écrite, a informé les participants, les spectateurs et le public au sujet de la meilleure façon d'utiliser Metro Transit.



## BC TRANSIT

### TRANSIT FUTURE - EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

À l'image de la première priorité de la Vision 2040 de l'ACTU, les responsables de la campagne Transit Future ont eu recours à une consultation concertée pour accroître les connaissances du public sur le transport collectif, et faire connaître la marque, afin d'inscrire le transport au cœur des collectivités. L'objectif était d'inciter le public à formuler des commentaires sur les plans de transport collectif à long terme. Pour ce faire, on a choisi d'utiliser les

points d'entrée multimodaux pour faire participer le public, notamment organiser des activités portes ouvertes là où les gens se rassemblent. BC Transit a construit l'autobus Transit Future, une installation sur roues.

- Les activités de collaboration comprenaient l'autobus, un outil de planification interactif et des narrations sur le site Web de Transit Future, des publicités imprimées, des affiches à l'intérieur des autobus, et des médias sociaux et traditionnels.
- L'autobus était interactif à l'intention de tous les groupes d'âge. Complètement intégré à la marque de Transit Future, on trouvait à l'intérieur des panneaux d'information portant sur l'histoire, l'environnement et l'économie et sur la planification.

Il y a eu plus de 8 000 participants à Victoria, Kelowna, Cowichan Valley et Kamloops, dont plus de 6 000 aux activités de l'autobus Transit Future, plus de 1 800 ont participé au programme d'activités en ligne, et plus de 500 ont formulé des commentaires au moyen des sondages sur papier.



## **CORPORATION OF THE TOWN OF MILTON**

### **MISE EN ŒUVRE DU NOUVEAU MODÈLE DE SERVICE DU RÉSEAU DE MILTON**

Dans son plan stratégique de transport collectif 2009-2013, le conseil de Milton Transit a recommandé à la Ville de concevoir un nouveau modèle de service afin d'avoir un service de transport collectif fiable, commode, efficace et rentable. Des principes directeurs ont été élaborés à l'appui de l'établissement d'une nouvelle structure de service durable, notamment :

- utiliser une approche fondée sur le marché pour concevoir les itinéraires, en faisant le lien entre les marchés de transport collectif et les différents générateurs de déplacements;
- instaurer des itinéraires bi-directionnels, tout en étendant la zone desservie;
- réduire au minimum les transferts, et établir les fréquences de service en fonction de la demande;
- améliorer les liens régionaux par rapport aux services de GO Transit;
- instaurer un service spécial réservé aux écoles de concert avec les écoles secondaires locales.

L'objectif d'offrir un service de transport collectif efficace a été réalisé en augmentant le niveau des services sur les principaux marchés et circuits, tout en maintenant un niveau de mobilité de base en dehors des heures de pointe. Le nouveau modèle de service a entraîné une hausse de 70 % de la moyenne des déplacements quotidiens payants en 2010. Par ailleurs, l'achalandage du premier trimestre de 2011 a crû de 81 % par rapport à 2010, et le nombre de trajets a dépassé les 50 000. Le nombre de déplacements effectués annuellement par des passagers payants a crû de 34 % par rapport à 2009.



## **SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE MONTRÉAL (STM)**

### **LA STM DONNE DES AILES : NOUVELLE LIGNE EXPRESS BUS 747**

En collaboration avec Aéroports de Montréal, la STM a lancé la ligne 747 Express Bus en mars 2010, établissant un lien direct entre l'aéroport international Montréal-Trudeau et le centre-ville de Montréal. La STM a mis sur pied un service efficace, assuré sept jours sur sept pendant toute l'année,

avec des intervalles entre les autobus variant en fonction de l'heure de la journée. Seize autobus ont été spécialement équipés de porte-bagages, et des aires d'attente conviviales et couvertes ont été créées. La ligne 747 Express Bus est rapidement devenue populaire et le niveau de satisfaction des passagers a atteint 88 %. Après dix mois d'exploitation, la STM rapporte les chiffres suivants :

- Un total de 727 768 trajets, et une moyenne de 2 850 trajets quotidiens.
- 60 % des passagers utilisent des billets occasionnels, alors que 40 % utilisent un abonnement hebdomadaire ou mensuel, ce qui confirme que le service de navette est effectivement utilisé par les groupes de clients visés.

La ligne 747 Express Bus est devenue le moyen de transport privilégié entre l'aéroport et le centre-ville, alors que 40 % des clients utilisaient auparavant leur voiture pour faire ce trajet.

## INNOVATION

DÉCERNÉ POUR L'ÉLABORATION, L'ADOPTION ET L'APPLICATION DE PRATIQUES INNOVATRICES DANS DES DOMAINES TELS QUE, PAR EXEMPLE, LA TECHNOLOGIE, LES MÉTHODES DE GESTION, LE SERVICE À LA CLIENTÈLE OU ENCORE LES INITIATIVES EN MARKETING.



### YORK REGION TRANSIT

#### DIMINUTION DU NOMBRE DE RESQUILLEURS AU SEIN DE LA YRT

La YRT a mené une campagne intégrée de lutte contre les resquilleurs et de sensibilisation personnalisée à l'intention de 15 000 étudiants et à une campagne de marketing social destinée aux passagers appartenant à une tranche d'âge définie posant problème (entre 15 et 24 ans). L'objectif était de réduire et de maintenir le taux de resquilleurs autour de 2,15 % (taux de référence).

La stratégie créative souhaite montrer qu'il n'est pas normal de resquiller, qu'il s'agit d'une fraude, mais en utilisant une démarche étonnamment irrévérencieuse et humoristique visant à séduire un public jeune, difficile d'accès. Elle souligne également le prix à payer en cas de contrôle (amende de 155 \$).

Les publicités (affiches sur les transports collectifs, publicités dans les autobus, brochures et prospectus) comparent le fait de se faire prendre en train de resquiller avec le cauchemar classique qui consiste à se retrouver en public complètement nu. Les modèles ont été photographiés au moment où ils se faisaient « prendre » en sous-vêtements (sans billet) et recevaient une amende. Le texte d'accompagnement : « Payez votre billet ou risquez d'être MIS À NU comme fraudeur ». Les gens étaient ensuite invités à consulter le site YRT.ca.

Les passagers étaient invités à envoyer depuis leur téléphone mobile le message texte « je ne resquille pas » à la YRT pour gagner un laissez-passer gratuit. Plus de 5 000 participations provenant de 2 732 numéros de mobile uniques ont été reçues.

Dans le même temps, une publicité sociale sur Facebook a été affichée 21 783 fois et a généré plus de 8 500 clics vers YRT.ca.

Pendant la campagne, le taux de resquilleurs a diminué pour atteindre 1,45 %, bien en dessous du taux de référence fixé à 2,15 %!



### SOCIÉTÉ DE TRANSPORT DE MONTRÉAL (STM)

#### PLAN DE DÉVELOPPEMENT ACCESSIBILITÉ UNIVERSELLE DE LA STM : AVEC ET POUR TOUS

En 2009, le Conseil d'administration de la STM a adopté une politique générale, s'engageant à intégrer les mesures d'accessibilité universelle dans tous les domaines d'activité de la STM. Le plan 2007-2011 pour l'accessibilité universelle de la STM répond aux exigences juridiques, garantissant le droit des

personnes handicapées à prendre part à la vie universitaire, professionnelle et sociale. Le plan couvre les trois rôles clés joués par la STM:

En tant qu'entreprise de transport collectif : le plan cible le métro, le transport adapté pour les personnes handicapées, le réseau d'autobus, les communications et le service à la clientèle.

En tant qu'employeur : le plan traite des processus de recrutement et de formation.

En tant que partenaire social : l'accessibilité universelle est mise en valeur dans les relations de la

STM avec les pouvoirs publics, ainsi qu'avec les partenaires environnementaux ou organisateurs d'événements culturels et sportifs.

Des personnes limitées sur le plan fonctionnel et des représentants des personnes handicapées sont maintenant automatiquement intégrés à tous les projets et leur approbation est nécessaire au cours des différentes phases de mise sur pied des projets.

En 2010, le comité chargé de l'accessibilité universelle a organisé une assemblée publique pour toutes les organisations concernées de la région de Montréal afin de leur présenter son plan stratégique pour 2020 et recueillir leurs commentaires et suggestions.

---

## REGINA TRANSIT



### LA CARTE R-CARD ET LES LECTEURS À MAIN AUTOMATISÉS D'ENCAISSEMENT DU PRIX DES BILLETS

En 2010, Regina Transit a mis en place le système automatisé d'encaissement du prix des billets R-Card. Des opérateurs et des représentants du réseau portaient des badges à l'effigie de R-Card aux plaques tournantes du centre-ville afin de répondre aux questions des gens et de les diriger vers des agents du réseau s'ils n'avaient pas encore acheté leur carte. L'autobus de démonstration R-Card, qui s'était rendu dans la ville dans les semaines précédant la mise en œuvre, était stationné devant le centre des opérations

de Regina Transit. Pour communiquer avec les passagers et les aider à comprendre la transition, de nombreuses initiatives ont été prises : une vaste campagne de publicité, des communiqués de presse, des brochures d'information, l'utilisation de code QR, des renseignements sur le Web et une vidéo d'instruction sur YouTube.

Le réseau de transport conventionnel aux itinéraires fixes et le réseau de transport adapté ont une structure tarifaire parallèle, ce qui obligeait le système automatisé d'encaissement du prix des billets à s'appliquer aux deux. Les grandes boîtes de perception ne rentraient pas dans les véhicules adaptés, ce qui a obligé à créer, en collaboration avec l'entrepreneur BEA, un lecteur de cartes à main afin de répondre aux besoins des clients handicapés. Les lecteurs à main peuvent être transportés dans les résidences pour lire les cartes à puce des passagers souffrant d'une déficience cognitive et dans l'incapacité de transporter leur carte sur eux.

Actuellement, alors que Regina Transit fête ses 100 ans d'existence, presque 79 % des encaissements ont lieu grâce à la carte R-Card.



---

## TORONTO TRANSIT COMMISSION

### POLITIQUE D'APPROVISIONNEMENT ÉCOLOGIQUE DE LA TTC

La Toronto Transit Commission (TTC) a fait preuve de leadership en devenant la première société de transport collectif canadienne à adopter et à mettre en œuvre une politique d'approvisionnement écologique. Parmi les réalisations de la TTC, citons l'établissement de 11 normes environnementales à l'échelle de la Commission, la réalisation de 12 projets pilotes, la formation de plus de 200 membres du personnel et l'ajout de spécifications environnementales à de nombreux marchés à l'échelle du réseau. La politique d'approvisionnement écologique de la TTC devrait se traduire par d'importants avantages au chapitre de l'environnement et des coûts (qui découleront notamment de la réduction de la consommation des ressources et de la production de déchets), stimuler l'innovation relative aux produits écologiques et créer un précédent pour les autres collectivités et prestataires de services de transport.

Les efforts de la TTC ont été récompensés; en effet, le Conseil canadien des marchés publics (CCMP) lui a récemment remis le prix leader de la chaîne d'approvisionnement écologique 2010.

## SÉCURITÉ

DÉCERNÉ POUR LA MISE AU POINT ET L'APPLICATION D'UN PROGRAMME DE SÉCURITÉ AYANT DONNÉ LIEU À DES AMÉLIORATIONS OU DES PERFECTIONNEMENTS CONSIDÉRABLES DANS LE MILIEU DE TRAVAIL OU À LA SÉCURITÉ DES RÉSEAUX.

### EDMONTON TRANSIT SYSTEM



#### SIÈGE DE FORMATION

Le personnel du centre de formation de l'Edmonton Transit System a mis sur pied un nouveau siège qui sera utilisé pendant la formation des nouveaux conducteurs d'autobus. Auparavant, les instructeurs étaient debout à l'avant du véhicule pour diriger et encadrer les apprentis conducteurs. Il arrivait que ces derniers freinent brusquement ou accélèrent en prenant l'instructeur par surprise, lui causant invariablement une entorse de l'épaule, une lombalgie ou d'autres blessures aux bras, à la taille et aux épaules. Grâce à l'installation du nouveau siège pour les instructeurs, un strapontin fixé au châssis de l'autobus, les blessures potentielles sont réduites.

Ce nouveau siège est le premier de ce type dans l'industrie du transport collectif et de nombreux autres réseaux, ont demandé à acheter notre concept afin de pouvoir mettre en place un programme semblable. L'avantage principal est

qu'il assure la sécurité de l'instructeur, donc celle des apprentis, des passagers et des personnes se trouvant autour des autobus pendant la formation.





**Main Office/Bureau principal**

Suite 1401 - 55 York Street  
55, rue York bureau 1401  
Toronto, ON Canada M5J 1R7  
**Tel/Tél. :** 416.365.9800  
**Fax/Télé. :** 416.365.1295

**Ottawa Office/Bureau d'Ottawa**

440 Laurier Avenue West, Suite 200  
440, Laurier avenue ouest, bureau 200  
Ottawa, ON Canada K1R 7X6  
**Tel/Tél. :** 613.788.7985  
**Fax/Télé. :** 613.248.7965

**transit@cutaactu.ca [www.cutaactu.ca](http://www.cutaactu.ca)**